

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pariwisata merupakan industri jasa yang memiliki mekanisme pengaturan yang kompleks karena mencakup pengaturan pergerakan wisatawan dari daerah atau negara asal, ke daerah tujuan wisata, hingga kembali ke negara asalnya yang melibatkan berbagai komponen seperti biro perjalanan, pemandu wisata (*guide*), tour operator, akomodasi, restoran, *artshop*, *money changer*, transportasi dan yang lainnya. Pariwisata juga menawarkan jenis produk dan wisata yang beragam, mulai dari wisata alam, wisata budaya, wisata sejarah, wisata buatan, hingga beragam wisata minat khusus. Menurut Wahab (2003) pariwisata adalah salah satu jenis industri baru yang mampu menghasilkan pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam penyediaan lapangan kerja, standar hidup serta menstimulasi sektor-sektor produktivitas lainnya. Selanjutnya sebagai sektor yang kompleks, ia juga meliputi industri-industri klasik yang sebenarnya seperti industri kerajinan tangan dan cinderamata. Penginapan dan transportasi secara ekonomis juga dipandang sebagai industri.

Menurut Spillane (2007), peranan pariwisata dalam pembangunan negara pada garis besarnya berintikan tiga segi, yaitu segi ekonomis (sumber devisa, pajak-pajak), segi sosial (penciptaan lapangan kerja), dan segi kebudayaan (memperkenalkan kebudayaan kita kepada wisatawan-wisatawan asing). Para pakar ekonomi memperkirakan sektor pariwisata akan menjadi salah satu kegiatan

ekonomi yang penting pada abad ke-21. Dalam perekonomian suatu negara, bila dikembangkan secara berencana dan terpadu, peran sektor pariwisata akan melebihi sektor migas (minyak bumi dan gas alam) serta industri lainnya.

Keberhasilan pengembangan sektor kepariwisataan, berarti akan meningkatkan perannya dalam penerimaan daerah, di mana kepariwisataan merupakan komponen utamanya dengan memperhatikan juga faktor-faktor yang mempengaruhinya, seperti: jumlah obyek wisata yang ditawarkan, jumlah wisatawan yang berkunjung baik domestik maupun internasional, tingkat hunian hotel, dan tentunya pendapatan perkapita.

Kota Semarang merupakan salah satu ibukota propinsi di pulau Jawa yang terletak pada jalur perlintasan antara Jawa Barat, DKI Jakarta, Banten dengan DI Yogyakarta, Jawa Timur dan Bali, sehingga banyak wisatawan lebih sering melewati Semarang, karena hanya sebagai daerah perlintasan. Apabila para wisatawan bisa ditarik untuk menghabiskan waktunya di kota Semarang meski dalam waktu sehari, sudah memiliki efek positif untuk pengembangan bisnis wisata. Dengan demikian, industri pariwisata merupakan salah satu sektor jasa yang sangat penting untuk dikembangkan. Menurut BPS Jawa Tengah (2005), pada tahun 2000, sektor ini dapat memberi kontribusi kepada PDRB Jawa Tengah sebesar 8,78 persen dan angka ini meningkat menjadi 10,16 persen pada tahun 2004 (Wiyadi, 2005).

Setiap pemerintah daerah berupaya keras meningkatkan perekonomian daerahnya sendiri termasuk meningkatkan perolehan Pendapatan Asli Daerah (PAD). Salah satu upaya untuk meningkatkan penerimaan daerah yaitu dengan

mengoptimalkan potensi dalam sektor pariwisata. Keterkaitan industri pariwisata dengan penerimaan daerah berjalan melalui jalur PAD dan bagi hasil pajak/bukan pajak. Menurut Tambunan dalam Badrudin (2001), bahwa industri pariwisata yang menjadi sumber PAD adalah industri pariwisata milik masyarakat daerah (*Community Tourism Development* atau CTD). Dengan mengembangkan CTD pemerintah daerah dapat memperoleh peluang penerimaan pajak dan beragam retribusi resmi dari kegiatan industri pariwisata yang bersifat multisektoral, yang meliputi hotel, restoran, usaha wisata, usaha perjalanan wisata, *profesional convention organizer*, pendidikan formal dan informal, pelatihan dan transportasi.

Kota Semarang sebagai ibukota Jawa Tengah memiliki wilayah yang pengembangan pariwisata dengan potensi kawasan wisata yang cukup beragam. Kawasan Joglosemar (Yogyakarta, Solo dan Semarang) merupakan kawasan segitiga emas yang merupakan pusat pertumbuhan ekonomi. Sebagai ibukota Jawa Tengah, Semarang berpotensi untuk dikembangkan menjadi daerah tujuan wisata. Semarang selama ini dikenal sebagai kota industri dan bisnis. Namun demikian bukan berarti Semarang tidak memiliki tempat-tempat yang menarik untuk dikunjungi. Ada bangunan bersejarah seperti Tugu Muda, Gereja Blenduk, museum-museum seperti Museum Ronggowarsito, Museum Mandala Bakti, Museum Nyonya Meneer, Museum Jamu Jago dan Muri. Adanya berbagai macam obyek wisata yang dimiliki oleh kota Semarang seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, maka para wisatawan mempunyai banyak pilihan obyek wisata yang ingin mereka kunjungi. Selain itu Kota Semarang terletak pada

sumbu daerah tujuan wisata yaitu Jakarta, Surabaya, Yogyakarta, tidak menutup kemungkinan untuk para wisatawan untuk transit sejenak di kota Semarang. Hal ini dapat bermanfaat sebagai pengenalan sektor pariwisata di kota Semarang dan akan meningkatkan penerimaan daerah dalam sektor pariwisata.

Berikut adalah tabel tentang jumlah kunjungan wisatawan yang berkunjung di kota Semarang.

Tabel 1
Jumlah Kunjungan Wisatawan di Kota Semarang

Tahun	Jumlah Wisatawan	Pertumbuhan (%)
2004	709.759	-
2005	882.511	24,34
2006	1.185.159	34,29
2007	729.646	-38,43
2008	807.702	10,70
2009	690.964	-14,45
2010	640.316	-7,33
2011	650.316	1,56
2012	1.016.177	56,26
2013	1.221.584	20,21

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang, 2014

Dari tabel 1 diketahui bahwa perkembangan jumlah kunjungan wisatawan di Kota Semarang dalam sepuluh tahun terakhir memperlihatkan grafik yang selalu fluktuatif. Sampai pada tahun 2006 pertumbuhan wisatawan yang berkunjung ke kota Semarang mengalami kenaikan sebesar 34,29 persen dengan jumlah 1.185.159 orang, namun pada tahun 2007 mengalami penurunan pertumbuhan sebesar 38,43 persen, dan menurun sangat tajam pada tahun 2009 sebesar 14,45 persen.

Dalam sepuluh tahun terakhir, sumbangan sektor pariwisata kota Semarang terhadap Pendapatan Asli Daerah mengalami fluktuasi. Kontribusi tertinggi yang

dicapai pada tahun 2005 sebesar 30,51 persen, dan nilainya terus menurun sampai pada tahun 2007 dan mengalami fluktuasi kembali hingga tahun 2013 sebesar 18,89 persen. Hal ini menggambarkan bahwa sektor pariwisata di kota Semarang belum bisa memberikan kontribusi yang maksimal terhadap Pendapatan Asli Daerah karena di setiap tahun mengalami fluktuasi.

Banyaknya potensi obyek wisata yang ada ditambah fasilitas penunjang pariwisata lainnya serta banyaknya obyek wisata yang ditawarkan, secara normatif seharusnya kontribusi sektor pariwisata terhadap PAD semakin meningkat. Namun pada kenyataannya kontribusi tersebut masih belum optimal, sehingga tidak bisa diperkirakan pencapaian target di tahun berikutnya. Menyikapi fenomena tersebut, Pemerintah kota Semarang selalu berupaya untuk dapat meningkatkan kepariwisataannya, sebagai contoh pada tahun 2010 Kota Semarang mengadakan suatu *event* internasional yaitu SPA (Semarang Pesona Asia), yang di dalamnya terdapat pameran internasional dan temu bisnis yang merupakan ajang promosi bidang perdagangan, jasa serta mengundang pihak swasta untuk menyemarakkan iklim pariwisata di kota Semarang.

Seiring berjalannya waktu, upaya yang dilakukan Pemerintah Kota Semarang memperoleh apresiasi nasional, yaitu pada tahun 2012, Pemerintah Kota Semarang mendapatkan penghargaan sebagai runner up II kategori The Best Performance tingkat Pemerintah Kota yakni pada Malam Penganugerahan Travel Club Tourism Award 2012. Penghargaan berupa piala dan piagam diserahkan Dirjen Pengembangan Destinasi Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, Firmansyah Rachim kepada Walikota Semarang Hendrar

Prihadi, SE,MM di stasiun Pusat TVRI Jakarta. (<http://Semarangkota.go.id/portal/index.php/article/details/Semarang-runner-up-the-best-performance-pariwisata>, diunduh 26 Maret 2014, pukul 21.45 WIB).

Penghargaan diberikan kepada pemerintah daerah yang memiliki kinerja organisasi yang baik terhadap pembangunan kepariwisataan di daerahnya. Sedangkan penghargaan kategori *The Best Performance* tingkat Provinsi diberikan kepada Provinsi Bali. Untuk tingkat Kota diberikan kepada Pemerintah Kota Surakarta, runner-up I Pemerintah Kota Sawah Lunto, runner-up II Pemerintah Kota Semarang. Tingkat Kabupaten diberikan kepada Pemerintah Kabupaten Gianyar, runner-up I Pemerintah Kabupaten Berau, runner-up II Pemerintah Kabupaten Raja Ampat, runner-up III Pemerintah Kabupaten Malang, serta runner-up IV Pemerintah Kabupaten Tongga Pamali Hulu (<http://Semarangkota.go.id/portal/index.php/article/details/Semarang-runner-up-the-best-performance-pariwisata>, diunduh 26 Maret 2014, pukul 21.45 WIB).

Menurut Ketua Penyelenggara Johnnie Sugiarto, GM Travel Club, penganugerahan penghargaan *Travel Club Tourism Award 2012* diberikan kepada 25 yakni 3 provinsi, 9 kota dan 13 kabupaten. ini diselenggarakan kedua kalinya untuk memberikan penghargaan bagi pemerintah daerah yang mampu menunjukkan performa pembangunan kepariwisataan di daerahnya. Diselenggarakan majalah Travel Club bekerjasama dengan Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian RI dan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI serta Universitas Sahid Jakarta.

Studi Qadarrohman (2010) dapat dijadikan perbandingan tentang kelebihan

kota Surakarta (yang akhirnya memenangi penghargaan) apabila dibanding dengan kota Semarang, salah satunya terletak pada kemampuan kota dalam menyajikan ekowisata, di mana Pemerintah Kota Surakarta dengan kehidupan malamnya selalu mampu menarik minat wisatawan sekedar untuk menikmati suasana kota Surakarta ketika malam hari, dilengkapi dengan hiburan malam dan sajian kuliner tradisionalnya. Di sisi lain, Pemerintah Kota Semarang yang notabene memiliki potensi besar terkait kondisi topografi Semarang yang bergelombang, kurang mampu menarik minat wisatawan berkunjung. Dengan potensi kota atas dan kota bawah yang dimilikinya, seharusnya Pemerintah Kota Semarang mampu mengemasnya menjadi suatu yang memiliki nilai jual lebih, apabila dibandingkan kota Surakarta yang bertopografi mendatar. Namun lantaran kehidupan malam kota Semarang yang kurang kondusif, karena hanya didukung ekowisata Kampung Semawis, diduga menjadi sisi kelemahan kota Semarang dalam menarik minat wisatawan.

Selanjutnya Qadarrohman (2010) dalam studinya juga memperlihatkan bahwa tingkat hunian hotel di kota Surakarta dalam 5 (lima) tahun terakhir selalu berada di atas 85 persen, yang mana hal ini lebih jauh unggul apabila dibandingkan okupansi hunian hotel di Semarang yang selama 5 tahun terakhir rata-rata sebesar 69,17 persen. Lebih jelasnya sebagaimana tersaji dalam tabel di bawah.

Tabel 2
Jumlah Kamar Hotel Berbintang dan Melati yang Terjual
Di Kota Semarang

No	Tahun	Kamar terjual	Persentase
1	2008	725.142	63,06
2	2009	772.728	67,19
3	2010	923.063	80,27
4	2011	885.784	77,02
5	2013	670.814	58,33
	Rata-rata		69,17

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata-BPS Kota Semarang

Hotel berfungsi bukan saja sebagai tempat menginap untuk tujuan wisata namun juga untuk tujuan lain seperti menjalankan kegiatan bisnis, mengadakan seminar, atau sekedar untuk mendapatkan ketenangan. Dalam tiga tahun terakhir jumlah kamar hotel berbintang maupun melati yang terjual di kota Semarang mengalami peningkatan sampai tahun 2006 sebesar 923.063 unit meskipun dua tahun berikutnya mengalami penurunan yang sangat tajam pada tahun 2008 sebesar 670.814 unit.

Berdasarkan data pada tabel 2, maka dapat dimaknai bahwa okupansi hotel berbintang dan melati di kota Semarang secara umum masih kalah dengan rata-rata hunian hotel berbintang dan melati di kota Solo yang memperlihatkan selama 5 tahun terakhir sebesar 80 persen. Ditinjau head to head, jumlah tempat wisata antara kota Surakarta dengan kota Semarang sebenarnya tidak berbeda jauh, yaitu hingga tahun 2013, jumlah tempat wisata di Semarang sebanyak 21 buah, sedangkan di kota Surakarta sebanyak 16 buah. Banyaknya hiburan yang ditawarkan dewasa ini di kota Semarang mendorong banyak orang untuk mengais rezeki melalui dunia ini. Bukan hanya mereka yang terlibat langsung di dalamnya,

seperti *waiter* atau *waitress*, *bartender*, dan lain sebagainya, tetapi juga orang-orang yang ada di luar dunia tersebut seperti para penjual yang ada di sekitar tempat tersebut maupun tukang parkir yang memberikan jasa parkir di sekitar daerah tersebut. Ibarat kata pepatah “semakin tinggi sebuah pohon semakin kencang pulalah angin yang meniupnya”, demikian pulalah dengan dunia malam. Semakin banyaknya populasi tempat dunia malam yang tumbuh, semakin banyak pulalah berita miring akan tempat-tempat ini. Bukan hanya mereka yang datang ke tempat ini tetapi juga semua pihak yang ikut terlibat di dalamnya.

Dilihat dari aspek kehidupan malam, kota Semarang sebetulnya memiliki potensi untuk terus dikembangkan. Maraknya dunia malam seperti kafe-kafe, tempat karaoke, ataupun diskotik dewasa ini memberikan nuansa tersendiri bagi mereka yang suka *hang-out* di waktu malam. Kalau biasanya mereka hanya dapat menghabiskan waktu untuk berbelanja atau sekedar berjalan-jalan di mall pada siang hingga sore hari atau petang hari dan mereka tidak memiliki alternatif lain setelahnya selain pulang ke rumah, sekarang mereka tidak perlu khawatir lagi. Dari sektor hiburan kehidupan malam inilah sepertinya kota Semarang masih kalah jauh dengan kota Surakarta, sebagaimana tampak pada tabel 3 di bawah.

Tabel 3
Perbandingan Jumlah Tempat Hiburan Malam (24 Jam) antara
Kota Semarang dengan Kota Surakarta Tahun 2013

No	Tempat Hiburan Malam	Semarang	Surakarta
1	Karaoke	24	26
2	Café	21	38
3	Hik (kucingan)	32	68
4	Saung	8	6
5	Minimarket	48	33
	Jumlah	133	171

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata-BPS Kota Semarang, yang sudah diolah, 2014

Dilihat dari jumlah, terlihat bahwa tempat hiburan malam di kota Semarang masih kalah jumlah dibandingkan dengan kota Surakarta, yang secara detail kota Semarang hanya unggul di sektor hiburan malam saung dan minimarket jam buka 24 jam. Sedangkan kota Surakarta unggul dalam jumlah di sektor karaoke, café dan hik (kucingan). Keunggulan tempat hiburan di kota Surakarta di atas secara umum merepresentasikan tempat hiburan malam untuk kelas menengah ke bawah, namun satu fakta unik yang ditemukan di Kota Surakarta, yaitu tempat hiburan malam seperti *hik* (kucingan) dan *café* justru banyak disukai oleh turis domestik bahkan sering didapati turis asing. Outlet *hik* (kucingan) ini umumnya tidak berjauhan dengan tempat hunian hotel berbintang atau melati, sehingga terdapat semacam korelasi yang erat antara jumlah hunian hotel berbintang dan melati dengan kedekatan outlet hiburan malam tradisional yang bertebaran di Kota Surakarta. Fenomena semacam ini kurang begitu terlihat di kota Semarang, sehingga seolah dapat dikatakan bahwa kehidupan hiburan malam di kota Semarang kurang didukung outlet-outlet hiburan tradisional, sehingga turis menjadi malas melakukan kunjungan dan menginap di kota Semarang. Satu sisi unik dari *hik* dan *café* yang bertabur di kota Surakarta adalah menu makanan yang disajikan benar-benar tradisional dengan harga murah dengan lingkungan sosial yang relatif aman.

Fenomena keamanan dan kenyamanan seseorang turis domestik dan mancanegara untuk berkunjung dan menginap di kota Semarang tersebut dirasakan sebagai unsur pembeda, sehingga dalam hal ini memerlukan pemberdayaan sektor ekonomi khususnya untuk memberikan ruang yang lebih

leluasa dan nyaman bagi warga kota juga pengunjung Kota Semarang melalui pengelolaan kehidupan malam perlu segera direalisasikan. Dalam hal ini, maka langkah awal yang dapat dilakukan Pemerintah Kota Semarang adalah melakukan inventarisasi dan verifikasi mengenai kebutuhan apa saja yang diperlukan oleh pengunjung, sebelum akhirnya diputuskan membuat regulasi tentang usaha ekonomi apa yang dapat menggairahkan kehidupan malam di kota Semarang.

Mengacu pada uraian latar belakang di atas, dan disertai niat tulus untuk membantu Pemerintah Kota Semarang, maka dilakukan penelitian dengan mengambil judul "*Analisis Kebutuhan Nightlife Attraction* di Kota Semarang."

1.2. Perumusan Masalah

Kota Semarang memiliki potensi besar untuk dikembangkan. Hal ini dapat dilihat melalui semakin bertambahnya jumlah obyek wisata dan semakin maraknya café dan diskotik di malam hari di kota Semarang. Namun potensi yang tinggi tersebut masih kurang optimal dalam memberdayakan kehidupan hiburan malam di kota Semarang. Oleh karena itu perlu diadakan studi mengenai peta kebutuhan hiburan malam di kota Semarang, sehingga dapat meningkatkan minat wisatawan menikmati *nightlife tourism attractions* di kota Semarang.

Dengan demikian pertanyaan penelitian yang diajukan dalam penelitian ini adalah "fasilitas *Nightlife Attraction* apa saja yang diharapkan wisatawan tersedia di kota Semarang?"

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Penelitian bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis kebutuhan fasilitas *Nightlife Attraction* yang diharapkan wisatawan tersedia di kota Semarang.

1.3.2 Manfaat Penelitian

1. Manfaat akademis

Memberikan pemahaman teoritis mengenai kebutuhan *Nightlife Attraction* di kota Semarang dari aspek ilmu manajemen pemasaran.

2. Manfaat praktis

Secara praktis hasil penelitian akan bermanfaat bagi Pemerintah Kota Semarang sebagai salah satu bahan masukan atau juga sebagai bahan pertimbangan untuk dapat mengembangkan sektor ekonomi kehidupan malam di kota Semarang, sehingga dapat menarik wisatawan domestik dan mancanegara.

3. Signifikasi sosial

Memberikan pengetahuan secara umum mengenai bagaimana kebutuhan *Nightlife Attraction* di kota Semarang.